ธุรกิจแอลกอฮอล์ กับ Pride Month:

พันธมิตรแท้ หรือแสวงหากำไร บนความเสี่ยง?

PRIDE OR RAINBOW-WASHING?
BEHIND THE ALCOHOL INDUSTRY'S MARKETING
— AND THE RISKS IT BRINGS

LGBTQ+ ดื่มมากกว่าใคร?

- กลุ่ม LGBTQ+ โดยเฉพาะ **เลสเบี้ยนและหญิงไบเซ็กชวล** มีอัตราการดื่มสูงกว่ากลุ่มคนรักต่างเพศทั่วไป
- ดื่มมากทั้ง **ปริมาณและความถี่** → เสี่ยงต่ออันตรายจากแอลกอฮอล์มากกว่า

ทำไมกลุ่ม LGBTQ+ ดื่มมากกว่า

- ความเครียดจากการกีดกัน/ตีตรา ของสังคม
- เพื่อสร้างภาพลักษณ์/ยืนยันอัตลักษณ์ทางเพศ
- ดื่มเพื่อเข้าสังคมในพื้นที่สังสรรค์ เช่น บาร์เกย์

อ้างอิง: Souto Pereira S, Lyons A. Rainbow-washing or genuine allyship? How alcohol companies target the LGBTQ+ community [Internet]. London: Institute of Alcohol Studies; 2025 Mar 10 [cited 2025 Jun 12]. Available from: https://www.ias.org.uk/2025/03/10/rainbow-washing-or-genuine-allyship-how-alcohol-companies-target-the-lgbtq-community/

ธุรกิจแอลกอฮอล์ทำอะไร?

- สนับสนุนงาน Pride | **ร่วมมือกับ LGBTQ+ คนดัง**
- **ออกสินค้าสีรุ้ง**
- **ทำ CSR** เพื่อภาพลักษณ์ดีต่อ LGBTQ+
- ใช้โปรโมชั่นและกิจกรรมเร่งยอดในพื้นที่สังสรรค์ของ LGBTQ+

สิ่งที่ต้องระวัง

- สุขภาพ LGBTQ+ กำลังเสี่ยง
- CSR บังหน้าเพื่อเลี่ยงกฎหมาย
- ทำให้ “สุขภาพ” ถูกกลืนไปกับ “ผลกำไร”

“สนับสนุน Pride โดยไม่ทำร้ายสุขภาพ” คือแนวทางที่แท้จริง

อ้างอิง: Souto Pereira S, Lyons A. Rainbow-washing or genuine allyship? How alcohol companies target the LGBTQ+ community [Internet]. London: Institute of Alcohol Studies; 2025 Mar 10 [cited 2025 Jun 12]. Available from: https://www.ias.org.uk/2025/03/10/rainbow-washing-or-genuine-allyship-how-alcohol-companies-target-the-lgbtq-community/